

# ENTREPRISES

## Stor-H lance une nouvelle levée de fonds pour ses cartouches à hydrogène

**ÉNERGIE.** La start-up genevoise veut bouleverser la mobilité avec ses véhicules à hydrogène sur abonnement. Elle a l'ambition de récolter 35 millions de francs au total sur 2021 et 2022.

**Sophie Marenne**

Au moins de juin, de nouveaux vélos triporteurs bleu azur circuleront dans les rues de Genève. Leur particularité: être alimentés par des cartouches à hydrogène. «Ils seront rejoints par quelques scooters à la rentrée. Avant le début de l'an prochain, 100 à 200 engins seront opérationnels», assure Stéphane Aver, président de Stor-H. La start-up veut faire de ses recharges, à peine plus grandes que des canettes, un standard mondial de la propulsion à hydrogène. Pour monter cette flotte pilote – mais aussi d'autres au Maroc et en Chine –, l'entreprise genevoise lance un tour de table, ce mercredi. En ligne de mire: près de 11 millions de francs en série B, auprès d'investisseurs que la jeune société souhaite principalement suisses. Une levée de fonds supplémentaire suivra l'an prochain, visant 24 millions de plus. Ces investissements porteraient les fonds de la start-up à plus de 50 millions. En effet, Stor-H

a déjà récolté 17 millions de francs à sa création, en 2017, et 11 millions de plus en série A, en 2020. Sur ces montants, la majeure partie provient de sa maison mère: la société spécialisée en mobilité décarbonnée Aaqius, connue pour la conception de l'additif Adblue qui réduit les émissions des moteurs diesel. Le reste est issu de la banque Raiffeisen et d'un family-office suisse qui préfère rester anonyme.

### Ne pas rater le coche

«Notre feuille de route prévoyait une plus grande série B, plus tard. Mais l'émergence de la filière hydrogène s'est considérablement accélérée l'an dernier, avec des investissements massifs d'Etats et de grandes compagnies. Nous ajustons donc notre stratégie pour lever un peu moins, un peu plus tôt», explique Stéphane Aver, qui est également président d'Aaqius. Ce spécialiste de la mobilité verte est convaincu de l'importance de la révolution hydrogène, qui devancera les



Les cartouches, de la taille d'une canette, peuvent remplacer les batteries électriques pour des véhicules de moins d'une tonne.

batteries au lithium. «Toyota, Hyundai, Honda ou encore Renault ont déjà sauté le pas de la commercialisation. Et Stor-H aussi. Nous sommes néanmoins actifs sur un segment différent, celui des véhicules inférieurs à une tonne», dit-il. Outre les scooters fabriqués par Mob-ion et les triporteurs de Cycleurope, la start-up a conclu des partenariats pour des voitures légères avec

le constructeur français Nomoke et le russe Gazelle. Le modèle d'affaires de Stor-H reposera sur un abonnement à un catalogue de mobilité, pour 100 à 400 francs mensuels en fonction des options. Ainsi, le client ne sera ni propriétaire du véhicule, ni des cartouches. Et vu que l'hydrogène n'est pas sous pression, la société n'a pas besoin d'un réseau de pompes: elle pro-

posera ses recharges dans de simples distributeurs automatiques.

### Écosystème helvétique

La fabrication des cartouches se fera sur le territoire suisse, en tout cas pour celles commercialisées en Europe. Les premières séries de canettes sont actuellement usinées chez le spécialiste de l'aéronautique Jean Gallay, à Plan-les-Ouates. Les piles à combustible – qui créent l'énergie grâce à une réaction chimique – sont quant à elles sous la responsabilité d'EH Group. «Notre coopération avec Stor-H met en évidence le potentiel de la technologie dans la mobilité légère», souligne Christopher Brandon, directeur de cette start-up qui vient d'emménager dans un vaste laboratoire à Nyon. Leur coût de fabrication se situera entre 50 et 80 francs l'unité, mais diminuera avec l'augmentation de la production, «puisque nous espérons largement excéder le million de cartouches», décrit le président de Stor-H.

Hitachi ABB Power Grids présente un autre partenaire important. La coentreprise helvético-japonaise de réseaux électriques accueillera le siège de Stor-H dans ses locaux de Sécheron, en juin. «Nous espérons les retrouver dans les prochaines levées de fonds», confie Stéphane Aver. De plus, ses collaborateurs seront les premiers utilisateurs du système, lors de la phase de test genevoise.

Stor-H prévoit de doubler son effectif de 22 collaborateurs d'ici 2022 et d'équiper 250.000 véhicules de sa technologie, d'ici 2025. Ces engins seront déployés en Europe, mais aussi au Maroc et en Chine où la start-up a fondé des filiales. Stéphane Aver indique: «Les véhicules arriveront à Benguerir peu après ceux de Genève. Ensuite viendront Tanger et Marrakech. En Chine, un accord prévoit que Stor-H devienne un standard national. Si environ 80 véhicules y ont déjà été testés, de premiers engins opérationnels y seront livrés avant la fin de l'année.» ■

## Vaudoise Assurances a noué un partenariat avec Migros

**ASSURANCE NUMÉRIQUE.** Vaudoise Assurances a noué un partenariat avec le géant de la distribution Migros dans le domaine de l'assurance numérique responsabilité civile (RC) et ménage. Le groupe vaudois agit ainsi en tant qu'assureur porteur

de risque et prend aussi à son compte la gestion des prestations de ces produits proposés aux clients de Migros depuis ce mardi. Ces offres commercialisées sous le nom de Migros Assurances ont été développées par Vaudoise ainsi que la

jeune pousse Toni Digital, a indiqué mardi l'entreprise vaudoise. La collaboration s'inscrit pleinement dans la stratégie de numérisation de l'assureur basé à Lausanne, affirme celui-ci. Les détails financiers ne sont pas dévoilés. (awp)

## Manor ouvre son site de vente en ligne à des partenaires

**E-COMMERCE.** Le groupe genevois veut doubler son assortiment sans augmenter ses stocks.

Le groupe de distribution Manor va ouvrir sa boutique en ligne à des prestataires externes. D'ici la fin de l'année, une centaine de partenaires viendront doubler l'offre actuelle, principalement dans les catégories mode, ménage et beauté, indique le groupe genevois mardi. «Avec la place de marché, qui est comparable à un modèle de concession en ligne, nous permettons à la fois aux entreprises de vente au détail et aux marques établies et émergentes d'obtenir un

accès plus profond ou nouveau à l'attrayant marché de détail suisse», explique Stefan Wetzler, responsable du numérique chez Manor, cité dans un communiqué. Cet élargissement de la plateforme manor.ch devrait permettre à la chaîne de grands magasins de doubler son assortiment en ligne sans constituer de stocks supplémentaires. L'expansion a commencé avec un douzaine de partenaires et plus de 20.000 produits, principalement dans le segment mode.

Manor, qui indique être en pourparlers avec 60 autres partenaires potentiels, vise d'ici la fin de l'année l'intégration d'une centaine de marques et détaillants et 200.000 articles. Le partenaire technologique pour ce projet qualifié de stratégique est l'éditeur de logiciels français Mirakl, qui a participé à la mise en place des places de marché et des boutiques en ligne notamment de Maisons du Monde, Darty, El Corte Inglés, les Galeries Lafayette, Metro et Carrefour. (awp)

## AGEFI Partenaire

**11th CONFERENCE**

**CREATING A MORE SUSTAINABLE AND INCLUSIVE WORLD! FROM MYTH TO REALITY**

How do we rethink our societies and our economy after the shock and the realization brought by COVID-19 of our global dependency and responsibility?

Thursday, June 10th, 2021  
18:00 - 20:00

Registration:  
[www.cwf.ch/event/wave-2021/](http://www.cwf.ch/event/wave-2021/)

## Protekta profite de la crise dans la protection juridique

**ASSURANCE.** Protekta, filiale de La Mobilière dans le domaine de la protection juridique, fait savoir mardi que ses primes ont progressé de 6,9% l'année dernière à 132 millions de francs. Le communiqué précise qu'avec le semi-confinement le nombre d'appels reçus par

sa centrale a presque doublé en 2020. Les questions juridiques ont porté essentiellement sur le droit du contrat de voyage, le droit du travail, le droit du bail et les manifestations culturelles et sportives. En particulier, les assurés ont posé des questions sur la réduction de l'horaire de travail,

la fermeture d'entreprise et l'annulation de voyages ou de manifestations. Protekta explique que ces dix dernières années elle est parvenue à doubler son volume de primes, lui permettant de se hisser de la troisième à la première place dans son secteur. (awp)